



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGARUH LOKASI DAN KELENGKAPAN PRODUK HARIAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI
TOKO HMG BANGKINANG MENURUT
PRESPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Syariah dan Hukum



UIN SUSKA RIAU

OLEH

BISMI ADDILLAH

NIM. 11725202884

PROGRAM S1

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2021 M/1442 H

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

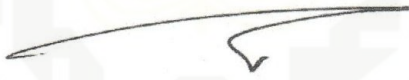
Skripsi ini berjudul *“Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Harian Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko HMG Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”* yang ditulis oleh:

Nama : Bismi Addillah
NIM : 11725202884
Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 19 April 2021

Pembimbing Skripsi



Dr. Syahpawi, S.Ag., M. Sy
NIP.197303072007011032

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Lokasi Dan Kelengkapan Produk Harian Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko HMG Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh :

Nama : Bismi Addillah
NIM : 11725202884
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 24 Juni 2021
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 24 Juni 2021 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

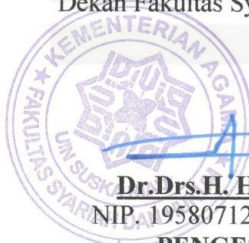
Ketua
Dr. Syahpawi, S.Ag,M.Sh

Sekretaris
Nuryanti, S.E.I,M.E.Sy

Penguji I
Zuraidah, M.Ag

Penguji II
Dr. Nurnasrina, SE., M.Si

Mengetahui :
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M. Ag
NIP. 19580712 196803 1 005

PENGESAHAN

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:


Nama : Bismi Addillah
Nim : 11725202884
Lembaga Pendidikan : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif
Kasim Riau
Lembaga Penelitian : Toko HMG Bangkinang
Alamat : Jl. Merpati Sakti, Kecamatan Tampan
No Hp : 082245066016

Dengan ini menyatakan bahwa akan meneliti dan tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku berkaitan dengan penerbitan Rekomendasi Riset/Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DMPMTSP) Provinsi Riau.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bangkinang, 18 April 2021

Yang Membuat Pernyataan



(Bismi Addillah)

UIN SUSKA RIAU

ABSTRAK

Bismi Addillah, (2021): Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Harian Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko HMG Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh salah satu usaha ritel yang ada di Bangkinang yaitu toko HMG, berdasarkan data lokasi yang strategis namun tidak memiliki lahan parkir yang memadai dan kelengkapan produk yang ditawarkan merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Namun fenomena yang didapat konsumen tetap ramai.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah lokasi dan kelengkapan produk berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko HMG Bangkinang, serta bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko HMG Bangkinang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah lokasi dan kelengkapan produk harian berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko HMG Bangkinang baik secara parsial maupun secara simultan dan bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko HMG Bangkinang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilaksanakan di Toko HMG Bangkinang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko HMG Bangkinang persatu bulan kurang lebih mencapai 3.000 konsumen yang melakukan pembelian di Toko HMG Bangkinang. Sedangkan sampel penelitian ini sebanyak 97 responden yang diambil berdasarkan rumus Slovin diperoleh dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, pengisian kuesioner, dan dokumentasi.. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian, sedangkan variabel bebasnya adalah lokasi dan kelengkapan produk. Hingga akhirnya data penelitian ini dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan regresi berganda dan uji hipotesis menggunakan SPSS 25. Sedangkan teknik penulisan menggunakan metode induktif, deduktif dan deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dengan keputusan pembelian konsumen sedangkan pada variabel bebas yang lain yaitu kelengkapan produk, terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap kelengkapan produk. Namun secara uji simultan, terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen Toko HMG Bangkinang. Hal ini dibuktikan berdasarkan statistik F hitung sebesar $(28,098) > F$ tabel sebesar $(2,70)$ dengan signifikansi sebesar $(0,000) < 0,05$ dan nilai koefisien determinasi model adalah $0,374$. Artinya adalah pengaruh/sumbangan yang diberikan oleh lokasi dan kelengkapan produk harian secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sebesar $37,4\%$.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko HMG Bangkinang telah sesuai dengan prinsip syariah yaitu tidak adanya perilaku boros, kepastian dan kejelasan produk yang halal, kemudahan, kenyamanan, serta kebermanfaatan. Akhirnya, variabel lokasi, kelengkapan produk, dan pelaksanaan keputusan pembelian konsumen Toko HMG Bangkinang sudah sejalan dengan prinsip syariah sesuai dengan dalil-dalil dalam Al-Qur'an.





KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Rasa syukur yang tak terhingga penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kenikmatan hidayah dan kemudahan serta melimpahkan karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat mencurahkan segala kemampuan yang dimiliki untuk mengerahkan pikiran dan tenaga dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan penuh tanggung jawab.

Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada *habibullah*, yakni Nabi Muhammad SAW atas semangat, kasih sayang, dan keteguhannya untuk membimbing umatnya tanpa pamrih demi keutuhan dan kejayaan umatnya atas nama Islam.

Penulisan skripsi dengan judul "*Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Harian terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko HMG Bangkinang*" dimaksudkan untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum di UIN SUSKA RIAU.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan do'a-do'a dari berbagai pihak baik secara langsung ataupun secara tidak langsung, untuk itu melalui karya ilmiah ini penulis sampaikan ucapan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ayahanda "Ir. Muhammad Yunus" dan Ibunda "Nurkasiah" tercinta serta seluruh keluarga penulis yang selalu mendoakan keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak pernah lelah mendukung agar tetap semangat menjalankan kehidupan ketika jauh dari mereka.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag., selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru.
3. Bapak Dr. Drs H. Hajar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, serta Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL sebagai Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag sebagai Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Mahgfirah, MA sebagai Wakil Dekan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag M.sy dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc,Ak selaku Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag M.sy sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan saran dan kritikan hingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.
6. Bapak Mawardi Muhammad Shaleh, Dr.,H., M.A selaku dosen penasehat akademik.
7. Bapak-bapak dan ibu-ibu seluruh dosen pengajar Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.
8. Pimpinan dan Staf Perpustakaan Al-Jamiah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak telah meminjamkan bukunya kepada penulis.
9. Seluruh pegawai dan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negri Sultan Syarif Riau
10. Kepada bapak Zakaria selaku pemilik toko HMG yang telah membantu dan memberi izin saya untuk melakukan penelitian.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Kepada kakakku Hidayatul Husnah yang juga selalu memberikan semangat dan dukungannya dan doa demi penyelesaian skripsi ini.
12. Kepada sahabat, Muhammad Al Farabi, Ulfa Aminy , Jesika Destiana, Sri Mulyani, Haryati Zuhra Nansi, Moulidya Putrie Nindiawan , Nadya Wahyu Ningsi, Endah Ayu Sulandari, Nanda Hamidawati Harahap, Apri Wilnita, Tri Selvi Maulana, Rista Andriani , Sevtria Dahlya, Selly, Nursafitri, Aisyah Mimi Muktar H karena telah banyak membantu dan menemani dalam penulisan skripsi ini dan mendengarkan keluh kesah dan memberikan kritikan dan saran dalam penulisan.
13. Rekan-rekan seperjuangan yang telah menemani penulis dalam menyelesaikan studi perkuliahan khususnya kepada seluruh sahabat penulis di lokal ekonomi syariah e yang saling memberikan *support* untuk keberhasilan bersama.
14. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas segala bantuannya.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis berserah diri. Semoga dengan adanya skripsi ini menjadi amal shaleh sehingga dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan bagi khazanah keilmuan masyarakat luas pada umumnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Pekanbaru, 16 April 2021
Penulis,

BISMI ADDILLAH
NIM. 11725202884



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
E. Metode Penelitian	8
F. Hipotesis	19
G. Kerangka Pemikiran	19
H. Kajian Terdahulu	20
I. Sistematika Penulisan	20
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Berdirinya Toko HMG	22
B. Visi dan Misi Toko HMG.....	23
C. Struktur Organisasi Toko HMG	23
D. Macam-Macam Produk yang Ditawarkan di Toko HMG....	24
BAB III LANDASAN TEORI	
A. Ketentuan Islam dalam Konsumsi	25
B. Perilaku Konsumen Muslim	27
C. Keputusan Pembelian Konsumen.....	31
D. Lokasi	36
E. Kelengkapan Produk.....	40



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko HMG Jalan Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang	45
B. Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko HMG Jalan Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang	72
C. Tinjauan Ekonomi Syariah Tentang Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko HMG Jalan Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang.....	75

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	82
B. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Kajian Terdahulu	20
Tabel IV.1	Data Responden Menurut Usia	46
Tabel IV.2	Data Responden Menurut Pendidikan	47
Tabel IV.3	Data Responden Menurut Pekerjaan.....	48
Tabel IV.4	Tabel Jumlah Kunjungan Responden	48
Tabel IV.5	Tabel Deskriptif Statistik	50
Tabel IV.6	Tanggapan Jawaban Responden Terhadap Variabel Lokasi .	51
Tabel IV.7	Tanggapan Jawaban Responden Terhadap Variabel Kelengkapan Produk.....	53
Tabel IV.8	Tanggapan Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	56
Tabel IV.9	Hasil Uji Validitas	60
Tabel IV.10	Hasil Uji Reliabilitas Lokasi (X1)	61
Tabel IV.11	Hasil Uji Reliabilitas Kelengkapan Produk (X2).....	62
Tabel IV.12	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel IV.13	Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Test.....	65
Tabel IV.14	Hasil Uji Multikolinieritas	66
Tabel IV.15	Hasil Uji Autokorelasi	67
Tabel IV.16	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	68
Tabel IV.17	Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji-T)	69
Tabel IV.18	Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji-F).....	72
Tabel IV.19	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R ²).....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Kerangka Pemikiran	19
Gambar II.1	Struktur Organisasi Toko HMG	24
Gambar III.1	Proses Keputusan Pembelian Konsumen	34
Gambar IV.1	Histogram Uji Normalitas	64
Gambar IV.2	Grafik Normal P-Plot	64
Gambar IV.3	Grafik <i>Scatterplot</i>	65

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sistem Ekonomi Islam adalah sebuah sistem yang berdasarkan pada ketuhanan dan Etika. Ia terpancar dari etika yang Islamiah. Islam sengaja diturunkan oleh Allah SWT untuk seluruh umat manusia.¹ Manusia dapat bekerja apa saja, yang penting tidak melanggar garis-garis yang telah ditentukan oleh Allah SWT. Ia bisa melakukan aktifitas produksi, seperti pertanian, perkebunan, pengolahan makanan dan minuman. Ia juga dapat melakukan aktifitas distribusi, seperti perdagangan, atau dalam bidang jasa seperti transportasi kesehatan dan sebagainya.²

Pada era globalisasi saat ini dunia usaha berkembang dengan sangat pesat. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, pengusaha harus mampu serta cepat dan tanggap dalam mengambil keputusan agar usaha yang didirikannya dapat berkembang dengan baik.

Oleh karena itu pelaku usaha dituntut harus bisa mempertahankan pasar dan memenangkan persaingan. Dalam memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, agar suatu perusahaan dapat terus memenangkan suatu persaingan, perusahaan harus

¹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press, 2010), hlm.2-3.

² Agus Arwani, *Akuntansi Perbankan Syariah dari Teori Ke Praktik*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2016), hlm 9.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

memperhatikan dari beberapa faktor, salah satu di antaranya adalah faktor persepsi konsumen untuk mengambil keputusan memilih tempat berbelanja.³

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi hal tersebut, baik dari faktor internal dari dalam diri konsumen ataupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan yang dilakukan oleh perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ada (1) Produk (*Product*), (2) Harga (*Price*), (3) Lokasi (*Location*), (4) Promosi (*Promotion*).⁴ Pada penelitian ini hanya diteliti dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor lokasi dan faktor kelengkapan produk.

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian, karena lokasi menjadi tempat produsen menyalurkan produknya kepada konsumen. Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya”.

Dalam mendirikan perusahaan pemilihan lokasi sangat dipertimbangkan karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan. Lokasi

³ Leon G. Schiffman, *Perilaku Konsumen*, terj. Zoelkifli Kasip, (Jakarta: PT Indeks, 2008), hlm.485.

⁴ Suzy Widyasari dan Erna Triastuti Fifilia” Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Studi Pada Perumahan Graha Estetika Semarang” *Tema Telaah Manajemen*, Vol 6 edisi 2(9, 2009), hlm. 159-169

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Sharif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seringkali ikut menentukan kesuksesan perusahaan, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial sebuah perusahaan.⁵

Lokasi yang strategis adalah wilayah penempatan operasi produksi sebuah perusahaan yang dapat memberikan keuntungan maksimal terhadap perusahaan tersebut karena tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan.⁶ Konsumen akan berbelanja di tempat yang dekat dan akses menuju lokasi mudah. Maka lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkaunya, karena dengan dekatnya lokasi usaha dengan pusat keramaian, pada umumnya lebih disukai konsumen.

Dari segi lokasi Toko HMG berada di lokasi yang strategis yaitu berada di persimpangan tiga jalan, visibilitas yang juga terlihat jelas dan lalu lintas yang lancar serta kemudahan menuju lokasi. Namun, lokasi parkir yang disediakan Toko HMG tergolong sempit karena posisi Toko berada dipinggir jalan besar, sehingga apabila Toko ramai pengunjung maka kendaraan akan memenuhi depan Toko yang berada tepat dipinggir jalan.

Selain lokasi, faktor lain yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih tempat berbelanja adalah kelengkapan produk yang ditawarkan, kelengkapan disini menyangkut banyak jenis produk yang ditawarkan, ragam variasi ukuran, ragam merek dan ketersediaan produk setiap harinya.

⁵ Heni Wijayanti, *Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite Pada PT.Dwi Mulya Jaya Mojokerto*”, dimuat dalam Majalah Ekonomi ISSN 1411-9501: Vol XX No 1, (2015), hlm. 133.

⁶ Rusdiana, *Manajemen Operasi*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2014), hlm. 247.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Kotler, produk memiliki pengertian yang luas, yaitu sesuatu yang ditawarkan, dimiliki, dipergunakan atau dikonsumsi, sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan yang termasuk di dalamnya adalah fisik, jasa, orang, tempat, organisasi serta gagasan.⁷

Toko HMG termasuk salah satu bisnis ritel yang lengkap, karena disini menjual produk sembako, makanan dan minuman ringan, dan produk kebutuhan sehari-hari. Toko HMG juga selalu berusaha untuk memenuhi stock produk, agar dapat segera mengisi ulang produk yang habis. Pada dasarnya kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual di toko.

Indikator dari kelengkapan produk, yaitu: keragaman produk yang dijual, Variasi produk yang dijual, ketersediaan produk yang dijual dan macam merek yang tersedia.⁸

Berdasarkan pengamatan dari berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian diatas, kemudian ditambah dengan banyaknya usaha yang muncul di Bangkinang serta dengan makin cerdasnya masyarakat dalam memilih produk dan jasa, toko HMG sadar bahwa layanan yang ramah, cepat dan produk yang lengkap serta fasilitas yang nyaman dan aman merupakan nilai untuk menarik konsumen dalam keputusan pembeliannya dan memenangkan persaingan.

⁷ James F Enggel dan Roger D blacwel, *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Keenam*, (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1995), hlm 258

⁸ Enos Korowa dkk, *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Studi Kasus Freshmart Bahu Manado*, dimuat dalam Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 6 No. 3 Tahun (2018), hlm. 29.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Toko HMG yang beralamat di JL. Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang ini berusaha untuk selalu meningkatkan kepuasan konsumen untuk terus berbelanja di Toko HMG, ditengah persaingan yang semakin ketat di Indonesia antara pelaku bisnis sejenis ini memungkinkan adanya perjuangan yang keras dalam mempertahankan keberadaannya dari sekian banyak usaha ritel di Bangkinang.

Alasan mengapa peneliti memilih kedua faktor yaitu lokasi dan kelengkapan produk untuk diteliti pengaruhnya karena peneliti sering dan senang berbelanja di Toko HMG. Peneliti merasa produk yang ditawarkan sangat beragam dan lengkap begitu juga dengan lokasi yang strategis dan mudah diakses, namun fasilitas lokasi parkir Toko HMG sangat sempit karena posisi Toko HMG terletak sangat dekat dengan jalan raya besar. Apabila toko sedang ramai pembeli kendaraan yang parkir juga semakin banyak, maka lokasi parkir langsung penuh dan banyak kendaraan konsumen yang terparkir memenuhi sebagian sisi jalan. Oleh sebab itu peneliti ingin tahu apakah lokasi dan kelengkapan produk berpengaruh dengan keputusan pembelian konsumen di Toko HMG.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Heni Gustina dengan judul “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Mini Market Masita (Studi Kasus Mini Market Masita Jl Pasar I Desa Tandem Hilir I Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang)”, diperoleh hasil bahwa kelengkapan produk dan lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penelitian yang dilakukan oleh Deli Raflis dengan judul “Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian oleh konsumen pada usaha tanaman hias pertiwi flower di Kelurahan Lubuk Minturun Kota Padang Menurut Perspektif Ekonomi Islam” diperoleh hasil bahwa lokasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini lebih memfokuskan pada pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian, sehingga penelitian ini akan berbeda dengan penelitian yang disebutkan sebelumnya yang juga meneliti tentang pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan mengambil judul yang berkaitan yaitu **“Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Harian terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko HMG Bangkinang”**.

B. Batasan Masalah

Supaya penelitian ini terarah, maka penulis membatasi masalah penelitian ini dengan keterbatasan dana dan waktu penulis hanya meneliti pada aspek lokasi dengan fasilitas parkir terbatas dan kelengkapan produk pada di Toko HMG Bangkinang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka ada beberapa hal yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini, antara lain:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Apakah lokasi dan kelengkapan produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko HMG Bangkinang?
2. Apakah lokasi dan kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko HMG Bangkinang?
3. Bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah tentang pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko HMG Bangkinang?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kelengkapan produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko HMG Bangkinang.
- b. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan kelengkapan produk secara simultan terhadap keputusan pembelian di Toko HMG Bangkinang.
- c. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Syariah tentang pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian oleh konsumen pada Toko HMG Bangkinang.

2. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan untuk:

- a. Sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE) Fakultas Syariah dan Hukum Uin Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memperkaya khazanah, intelektual dan menambah wawasan dan cakrawala berfikir serta sebagai bahan bacaan yang baik bagi penulis maupun bagi mahasiswa.
- c. Sebagai bahan bagi pihak-pihak yang memerlukan informasi mengenai pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen Pada Toko HMG Jalan Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang.
- d. Untuk memperluas pengetahuan mengenai pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen melalui hasil penelusuran teori-teori lokasi, kelengkapan produk yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Toko HMG Bangkinang. Responden yang diteliti adalah konsumen di Toko HMG. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko HMG Bangkinang. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah toko HMG merupakan salah toko ritel di Bangkinang yang memiliki lokasi yang strategis berada tepi jalan raya namun tidak memiliki lahan parkir yang memadai dan kelengkapan produk yang ditawarkan cukup beragam dan selalu ramai konsumen.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah konsumen di Toko HMG Bangkinang, Riau. Sedangkan yang menjadi objek penelitian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko HMG Bangkinang.

3. Jenis Penelitian dan Sumber Data

a. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yang akan diperoleh melalui kuisisioner yang dibagikan kepada Konsumen di Toko HMG Bangkinang.

b. Sumber Data

Data yang terdapat dalam penelitian ini menggunakan sumber data yakni data primer.⁹ Data primer yaitu data yang diperoleh si peneliti langsung dari objek. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara peneliti dengan diamati, dicatat untuk pertama kali melalui wawancara atau hasil pengisian kuesioner kepada responden.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁰ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko HMG Bangkinang persatu bulan kurang lebih 3000 konsumen.

⁹ Wiratna, Sujawerni. *Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 89.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 80.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹¹ Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.¹²

Metode yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).¹³

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

¹¹ *Ibid.*, hlm. 81.

¹² *Ibid.*, hlm. 85.

¹³ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 141.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$\begin{aligned}
 &= \frac{3000}{1 + (3000)(0,1^2)} \\
 &= \frac{3000}{31} \\
 &= 96,744 \approx 97 \text{ orang}
 \end{aligned}$$

Pada penelitian ini tingkat akurasi yang dikehendaki adalah 90% dengan batas toleransi kesalahan 10%.

5. Teknik Pengumpulan Data

Memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulisan skripsi ini, maka penulis menggunakan prosedur pengumpulan data dengan beberapa metode:

a. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data melalui pengamatan baik secara langsung atau tidak langsung terhadap objek penelitian.

b. Wawancara

Wawancara ialah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.¹⁴

¹⁴ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu, 2020), hlm. 137.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.¹⁵

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variable berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen, rapat, legger agenda, dan sebagainya.¹⁶

6. Teknik Analisis Data

Sebelum melakukan analisis data, maka perlu dilakukan tahap-tahap teknik pengolahan data sebagai berikut:

a. Editing

Editing merupakan proses pengecekan dan penyesuaian yang diperoleh terhadap data penelitian untuk memudahkan proses pemberian kode dan pemerosesan data dengan teknik statistik.

b. Coding

Coding merupakan kegiatan pemberian tanda berupa angka pada jawaban dari kuesioner untuk kemudian dikelompokkan ke dalam kategori yang sama. Tujuannya adalah menyederhanakan jawaban.

¹⁵ Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm 142.

¹⁶ Winarno, *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan Jasmani*, (Malang: Universitas Negeri Malang, 2013), hlm. 154.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Scoring

Scoring yaitu mengubah data yang bersifat kualitatif kedalam bentuk kuantitatif. Dalam skor ini digunakan Skala Likert dengan lima kategori penilai yaitu:

- 1) Skor 5 diberikan untuk jawaban sangat setuju
- 2) Skor 4 diberikan untuk jawaban setuju
- 3) Skor 3 diberikan untuk jawaban netral
- 4) Skor 2 diberikan untuk jawaban tidak setuju
- 5) Skor 1 diberikan untuk jawaban sangat tidak setuju

d. Tabulating

Tabulating yaitu menyajikan data yang diperoleh dalam tabel, sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses tabulating selesai dilakukan, kemudian diolah dengan program komputer IBM SPSS 25.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuisioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

valid apabila nilai koefisien r hitung $\geq r$ tabel.¹⁷ Adapun rumus yang dipakai yaitu:

$$R = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = deviasi rata-rata variabel X

$$= X - \bar{x}$$

Y = Deviasi rata-rata variabel Y

$$= Y - \bar{y}$$

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha-Cronbach*. Batasan nilai dalam uji ini adalah 0,6. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Pengujian ini dapat dilihat pada kolom *Reliability statistics (Cronbachh's Al-pha)* dengan menggunakan computer program SPSS versi 25.

¹⁷Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik Edisi Ke-2, Cet. Ke-3*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), hlm. 235.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.

2) Multikolonieritas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dapat dengan melihat VIF (Variance Inflation Faktor) yang dapat dihitung dengan menggunakan persamaan.

$$VIF = \frac{I}{var iance}$$

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian nilai residual satu *pengamatan* ke pengamatan yang lain. Kemungkinan adanya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan diagram Scatterplot di mana sumbu x adalah residual dan sumbu y adalah nilai y yang diprediksi. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah sumbu 0 (nol) pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas suatu model regresi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Uji Autokorelasi

Menurut Makridakis sebagaimana yang dikutip oleh Wahid Sulaiman menyatakan bahwa untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi maka dilakukan pengujian DurbinWatson (DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

- a) $1,65 < DW < 2,35$ = tidak ada autokorelasi
- b) $1,21 < DW < 1,65$ ATAU $2,35 < DW < 2,79$ = tidak dapat di simpulkan.
- c) $DW < 1,21$ = terjadi autokorelasi.

c. Uji Hipotesis Penelitian

1) Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.¹⁸

Bentuk persamaannya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat

A = Konstanta

X_1 dan X_2 = Variabel bebas I dan II

b_1 dan b_2 = Koefesien regresi

¹⁸ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistik Untuk Penelitian Pendidikan, Social , Ekonomi, Komunikasi, Dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.108.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2) Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,5$ atau 5% jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Uji F

Uji simultan atau uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi (X_1), dan harga (X_2), secara bersama sama atau simultan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Apabila hasil perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara simultan. Sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi berganda tidak mampu menjelaskan variabel terikat. Nilai F_{hitung} dapat ditentukan dengan formula:

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{K}}{\frac{(1 - R^2)}{n - k - 1}}$$

Keterangan:

R : Nilai Koefisien Korelasi Berganda

k : Jumlah Variabel Bebas Independen

n : Jumlah Sample

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk menghitung korelasi berganda dapat menggunakan formula sebagai berikut :

$$R_{X1.X2.Y} = \sqrt{\frac{r^2_{X1.Y} + r^2_{X2.Y} - (r_{X1.Y})(r_{X2.Y})(r_{X1.X2})}{1 - r^2_{X1.X2}}}$$

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinan (R) adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Dengan mengetahui nilai koefisien determinasi kita akan bisa menjelaskan kebaikan dari model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.¹⁹

7. Teknik Penulisan

Setelah data dikumpulkan, selanjutnya penulis menyusun data tersebut dengan menggunakan metode berikut:

- a. Deduktif, yaitu mengungkapkan data-data umum yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, kemudian dianalisis dan diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif, yaitu mengungkapkan serta mengetengahkan data khusus kemudian dianalisis dan diambil kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif, yaitu metode dengan jalan menggunakan data-data yang diperlukan dan memaparkan sesuatu yang diteliti apa adanya.

¹⁹ Purbayu Budi Santosa dan Ashari, *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel Dan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm.144.

F. Hipotesis

H1 : Terdapat hubungan positif dan signifikan antara lokasi dengan keputusan pembelian oleh konsumen Toko HMG Jalan Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang.

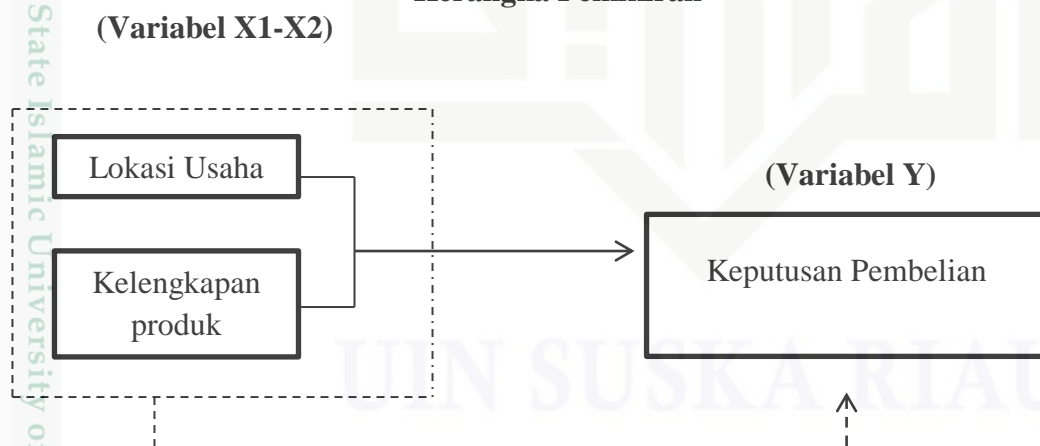
H2 : Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kelengkapan produk dengan keputusan pembelian oleh konsumen Toko HMG Jalan Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang.

H3 : Terdapat hubungan yang positif secara simultan antara lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian oleh konsumen Toko HMG Jalan Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang.

H4 : Tidak terdapat hubungan positif antara lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian oleh konsumen Toko HMG Jalan Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang.

G. Kerangka Pemikiran

Gambar I.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

—————> : Pengaruh secara simultan

- - - - -> : Pengaruh secara parsial

H. Kajian Terdahulu

Tabel I.1
Kajian Terdahulu

NO	NAMA	JUDUL
1.	Heni Gustina (2018)	Pengaruh harga, kelengkapan produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di mini market masita (studi mini marker masita jalam pasar I Desa Tandem Hilir I Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten Deli Serdang).
2.	Deli Raflis (2019)	Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian oleh konsumen pada usaha tanaman hias pertiwi flower di Kelurahan Lubuk Minturun Kota Padang Menurut Perspektif Ekonomi Islam.
3.	Novi Rizky Amanda Sagala (2018)	Pengaruh kelengkapan produk dan lokasi usaha terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Metro Pasar Swalayan Medan)

I. Sistematika Penulisan

Agar penulisan skripsi ini tersusun secara sistematis maka penulis membuat beberapa tahapan – tahapanya antara lain:

Bab satu pendahuluan, terdiri dari: Latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, hipotesis dan sistematika penulisan.

Bab dua gambaran umum perusahaan, terdiri dari: Gambaran umum toko HMG Bangkinang, sejarah berdirinya usaha Toko HMG, aktivitas toko, struktur usaha toko HMG dan visi misi toko HMG.

Bab tiga landasan teori, menjelaskan tentang landasan teori penelitian yang akan dilakukan. Hal ini bertujuan sebagai penegasan dalam penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengenai tinjauan ekonomi syariah terhadap lokasi dan kelengkapan produk dengan keputusan pembelian.

Bab empat hasil penelitian dan pembahasan, menjelaskan tentang pengaruh lokasi dan kelengkapan produk pada Toko HMG Bangkinang terhadap keputusan pembelian oleh konsumen, serta tinjauan ekonomi syariah terhadap usaha Toko HMG Bangkinang.

Bab lima penutup, berisikan kesimpulan yang diperoleh berdasarkan penelitian serta saran – saran yang berpijak pada hasil penelitian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Berdirinya Toko HMG

Toko HMG adalah usaha milik perseorangan yang bergerak dibidang retail yang ada di kota Bangkinang, tepatnya toko HMG terletak di jalan Letkol Syarifudin Syarif Dusun Kampung Godang RT 001 RW 001 Desa Pulau Lawas, Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar. Toko HMG berdiri sejak tahun 2000. Usaha ini dimiliki oleh seorang bapak yang bernama Zakaria, Bapak Zakaria mulai merintis usaha ini dari membuka toko barang harian.

Bapak Zakaria pertama kali membuka usaha ini pada tahun 2000, kemudian pada tahun 2006 toko HMG semakin berkembang dan tidak hanya sebatas toko barang harian saja, tetapi mulai merambah bisnis grosir kemudian Bapak Zakaria memutuskan untuk menyewa toko yang lebih besar dan luas.²⁰

Langkah awal yang dilakukan Bapak Zakaria untuk mengembangkan untuk usahanya adalah dengan melengkapi berbagai jenis produk yang dijual, menambah sarana dan prasarana yang dapat menunjang kemajuan toko. Merekrut sejumlah tenaga kerja untuk membantu menjalankan toko.

Toko HMG berlokasi di jalan Letkol Syarifudin Syarif, dimana lokasi ini termasuk lokasi yang strategis karena dekat dengan pemukiman penduduk, sekolah dan toko-toko retail lainnya. Selain itu, untuk menjangkau lokasi toko

²⁰ Zakaria, Pemilik Toko HMG , *Wawancara*, Bangkinang, 23 Desember 2019.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

HMG juga sangat mudah, baik dengan transportasi umum maupun kendaraan pribadi, karena mengingat letak toko HMG yang berada di pinggir jalan raya.

B. Visi dan Misi Toko HMG

Visi

“Menjadi Toko yang terbaik dan terlengkap dengan mengutamakan kepuasan berbelanja konsumen”.

Misi

1. Mendapat kepercayaan dan menjamin kepuasan dari konsumen.
2. Memberikan pelayanan yang baik dan ramah.
3. Berkontribusi dalam membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.²¹

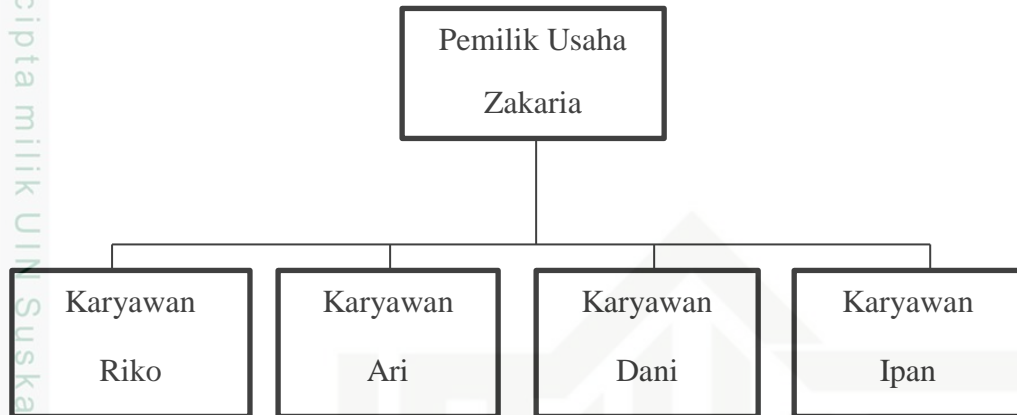
C. Struktur Organisasi Toko HMG

Organisasi merupakan salah satu unsur penting dalam sebuah organisasi khususnya organisasinya bisnis seperti organisasi perusahaan. Hal ini karena struktur organisasi memiliki fungsi dan peran yang sangat penting dalam mengatur tata kerja dan pembagian tugas serta tanggung jawab masing masing personal dalam perusahaan.

Berikut struktur organisasi usaha Toko HMG ini terdiri dari atas dua hal saja, yakni pemilik dan karyawan. Adapun gambaran struktur organisasinya bias dilihat pada tabel berikut:

²¹ *ibid*

Gambar II.1
Struktur Organisasi Toko HMG



Sumber data: Toko HMG, 2020

D. Macam-Macam Produk Yang Ditawarkan Di Toko HMG

Dalam suatu usaha produk adalah salah yang diperhatikan oleh konsumen. Usaha bisa dikatakan bagus dan berkembang ketika produk-produk yang dijual lengkap dan berkualitas. Adapun produk yang ditawarkan oleh toko HMG sebagai berikut:²²

1. Sembako
2. Peralatan mandi dan mencuci
3. Jajanan dan makanan ringan
4. Minuman

²² *ibid*



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

LANDASAN TEORI

A. Ketentuan Islam dalam Konsumsi

Islam adalah agama yang memiliki keunikan tersendiri dalam hal *syari'ah*. Syariah ini bukan saja “menyeluruh dan komprehensif tetapi yuni universal. Karakter istimewa ini diperlukan sebab tidak ada syariah lain yang datang untuk menyempurnakannya. Islam menyajarkan pola konsumsi yang mderat, tidak berlebihan dan tidak juga keterlaluan, lebih lanjut Al-Qur'an melarang terjadinya perbuatan *tabzir* dan *mubazir*.²³

Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah persediaan. Kebutuhan konsumen yang kini dan yang telah di perhitungkan sebelumnya merupakan intensif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri.

Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dan pola konsumsi modern. Islam berusaha mengurangi kebutuhan material manusia yang luar biasa sekarang ini. Untuk menghasilkan energy manusia akan selalu mengejar cita-cita spiritualnya. Menurut Mannan bahwa perintah islam menegnai konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip, yaitu:²⁴

1. Prinsip Keadilan
2. Prinsip Kebersihan
3. Prinsip Kesederhanaan
4. Prinsip Kemurahan Hati
5. Prinsip Moralitas

²³ Mawardi, *Ekonom Islam*, Pekanbaru: Alaf Riau, 2007, Hlm 78

²⁴ *Ibid*, Hlm 79

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

MA Mannan menjelaskan, bahwa aturan *pertama* mengenai konsumsi terdapat dalam ayat suci al-Quran, artinya:

“ *Hai sekalian manusia, makanlah yang halal bagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan karean sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu*” (Q.S Al-Baqarah: 168)

Syarat ini mengandung arti ganda, baik mengenai mencari rezeki secara halal dari yang dilarang menurut hukum. *Kedua* tercantum dalam kitab suci al-Qur'an maupun as-Sunnah, yaitu makanan harus baik atau cocok dimakan, tidak kotor ataupun menjijikan sehingga merusak selera. Oleh karena itu tidak semua yang diperkenankan boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.

Prinsip *ketiga* yang mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebihan. Prinsip *Keempat* adalah kemurahan hati, dengan berpegang dan menaati syariat islam dan tidak ada bahaya maupun dosa ketika Allah karena kemudahannya. Prinsip *Kelima* adalah prinsip mengenai konsumsi kondisi moralitas. Prinsip ini bukan hanya mengenai makanan dan minuman. Tujuan akhir dari makan dan minum adalah untuk meningkatkan kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual²⁵

²⁵ *Ibid*, Hlm 81

B. Perilaku Konsumen Muslim

1. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan dipergunakan barang-barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut. Perilaku konsumen diartikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi produk dan jasa tersebut proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut.²⁶

Menurut Schiffman dan Kanuk (1994) dalam buku Perilaku konsumen menjelaskan bahwa perilaku konsumen dapat diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen merupakan suatu hal yang dinamis karena pikiran, prasaan dan tindakan dari konsumen senantiasa berubah.

Jadi, perilaku konsumen tidak hanya menyangkutkan perilaku makan dan minum saja, tetapi juga perilaku ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai baju, membeli dan memakai kendaraan, membeli dan memakai sepatu dan sebagainya.

²⁶ Endang Tri Wahyuni, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, *Jurnal Ekonomi*, (Yogyakarta), hlm

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Tujuan Perilaku Konsumen Mengonsumsi

Tujuan yang ingin dicapai dari perilaku mengonsumsi adalah memperoleh kepuasan yang setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran yakni terpenuhinya berbagai macam kebutuhan. Keputusan pembelian untuk konsumsi cukup beragam, sehingga mengakibatkan jenis-jenis konsumsi yang mempunyai banyak beragam. Konsumsi seringkali memiliki perilaku yang berbeda dalam setiap proses pengambilan keputusan pembelian.²⁷

Ada tiga nilai dasar yang menjadi pondasi bagi perilaku konsumsi seseorang atau masyarakat islam:

- a. Keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seseorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat dari pada dunia.
- b. Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Kebajikan, kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan.
- c. Kedudukan harta merupakan anugerah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar karena mengharap ridho

²⁷ Lia Suprihartini, Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Fashion Yang Di Tawarkan Melalui Media Sosial Networking, *Jurnal Ekonomi*, (Tanjung Pinang) Hlm 3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Allah akan digantikan berlipat-lipat.²⁸ Dalam surat Al-Baqarah 265

Allah berfirman:

وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ وَتَثْبِيتًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ كَمَثَلِ جَنَّةٍ بِرَبْوَةٍ أَصَابَهَا وَابِلٌ فَثَمَرَاتُهَا أُكِلَتْ حَتَّى ضَعُفَتْ
فَإِنْ لَّمْ يُمْسِكْ وَابِلٌ فَطُلٌّ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٢٦٥﴾

Artinya “Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya karena mencari keridhaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun yang terletak di dataran tinggi yang disiram oleh hujan lebat, maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali lipat. Jika hujan lebat tidak menyiraminya, maka hujan gerimis (pun memadai). Dan Allah Maha Melihat apa yang kamu perbuat.” (Q.S. Al-Baqarah: 265)

Pertimbangan kemaslahatan dari proses konsumsi juga menjadi dasar yang perlu dipertimbangkan, karena tidak semua barang dan jasa yang memberikan keputusan terdapat masalah didalamnya. Sehingga, tidak semua barang dan jasa harus dikonsumsi oleh umat Islam.

Tujuan-tujuan konsumsi dalam pandangan Islam adalah sebagai berikut:

d. Tujuan Materil

Tujuan materil yang dimaksud yakni mendatangkan kesehatan fisik, menjaga dan menutup aurat, memberikan kenyamanan hidup.

²⁸ EkaSakti Habibullah, Etika Konsumsi Dalam Islam, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.1, No 01, (2017) h 91-92

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Tujuan Spiritual

Adapun tujuan spiritual dari perilaku konsumsi dalam pandangan Islam antara lain sebagai berikut: *Pertama*, pembentukan jiwa syukur akan karunia Allah dalam pandangan seorang konsumen muslim (hamba Allah), setiap perilaku konsumsi sesungguhnya merupakan realiasi rasa syukur kepada Allah. Hal tu karena tiga faktor yakni:

- 1) DikaruniakanNya kemampuan untuk mencari bahan konsumsi seperti makanan.
- 2) DikaruniakanNya bahan konsumsi yang melimpah.
- 3) Energi yang didapat sesudah mengkonsumsi berbagai bahan makanan, semata-mata dipergunakan untuk mempertebal rasa kesyukurannya kepada Allah, dalam setiap perilaku konsumsinya harus teresap dalam dirinya nilai-nilai syukur.

Kedua, pembentukan ahli ibadah yang bersyukur: seorang konsumen muslim yang telah mengonsumsi berbagai barang konsumsi sekaligus mampu merasakannya sebagai nikmat karunia Allah, akan berkontribusi besar dalam mengaksesnya untuk senantiasa menunaikan ibadah dengan berlandaskan atas syukur akan nikmat karunia Allah. Ibadah yang dilakukan berulang-ulang dengan berdasarkan atas rasa syukur akan nikmat karunia Allah, secara otomatis akan membentuk pelakunya menjadi ahli ibadah dengan tingkat kualitas pengamalan ibadah yang paling tinggi nilainya di mata

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Allah. Allah mengisyaratkan, bahwa dalam melakukan ibadah-ibadah kepadanya, hendaknya didasarkan atas rasa syukur akan nikmat karuniaNya.²⁹

C. Keputusan Pembelian Konsumen

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan adalah suatu tindakan dari dua pilihan alternative atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif³⁰. Suatu keputusan tanpa pilihan disebut “pilihan Hobson” Menurut John C. Mowen Pembelian adalah hasil di mana konsumen merasa mengalami masalah dan kemudian melalui proses rasional menyelesaikan masalah tersebut.³¹

Kotler dan Amstrong (2012) menyatakan bahwa bagi konsumen, sebenarnya pembelian bukanlah hanya merupakan satu tindakan yang (misalnya karena produk), melainkan terdiri dari beberapa tindakan yang satu sama lainnya saling berkaitan.³²

Menurut Peter dan Olson, pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) mendefinisikan suatu keputusan sebagai

²⁹ Andi Bahri, Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2, (Desember, 2014), hlm 347-370

³⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), hlm. 120.

³¹ John C. Mowen, *Perilaku Konsumen Jilid 2*, terj. Kartini Dwi Yahya, (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 11.

³² Donni Juni Priansa, *Perilaku Bisnis Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 89.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih alternatif. Seorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilhan alternatif.

Satiadi (2003) mendefenisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasikan yang mengombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternative atau lebih. Dan memilih salah satu diantaranya.³³

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada.

2. Indikator Keputusan Pembelian

Perilaku pembelian konsumen merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang dialami konsumen ketika akan melakukan pembelian produk tertentu.³⁴ Tahap – tahap proses keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong (2012) terdiri dari:

a. Pengenalan Masalah

Keputusan pembelian diawali dengan adanya kebutuhan adanya kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana dalam hal ini konsumen menyadari adanya perbedaan antara keadaan yang sebenarnya dengan keadaan yang diinginkannya. Kebutuhan tersebut dapat digerakan oleh

³³ Etta Mamang Sangadji dan Shopia, *Op.cit.*, hlm. 121.

³⁴ Donni Juni Priansa, *Perilaku Bisnis Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm 88.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rangsangan dari dalam diri konsumen itu sendiri maupun berasal dari luar diri konsumen.³⁵

b. Pencarian Informasi

Setelah konsumen menyadari adanya kebutuhan terhadap produk tertentu, selanjutnya konsumen tersebut mencari informasi, baik yang berasal dari pengetahuannya maupun berasal dari luar. Sumber informasi konsumen digolongkan kedalam empat kelompok, yaitu:

- 1) Sumber pribadi yang terdiri keluarga, teman, tetangga, dan kenalan.
- 2) Sumber komersial yang terdiri dari iklan, wiraniaga, penyalur, dan kemasan.
- 3) Sumber publik yang terdiri dari media masa, organisasi penentu peringkat konsumen.
- 4) Sumber pengalaman yang terdiri pengalaman dalam penanganan, pengkajian, dan pemakaian produk.

c. Evaluasi Alternatif

Setelah informasi diperoleh, konsumen mengevaluasi berbagai alternatif pemilihan dalam memenuhi kebutuhan tersebut.³⁶ Misalnya:

- 1) Kamera, terkait dengan ketajaman gambar, hasil warna, harga, dan ukuran kamera.
- 2) Hotel, terkait dengan lokasi, kebersihan, dan harga.
- 3) Ban, terkait dengan umur pemakaian, harga, mutu, ketika dikendarai.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ *Ibid.*, hlm. 89

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

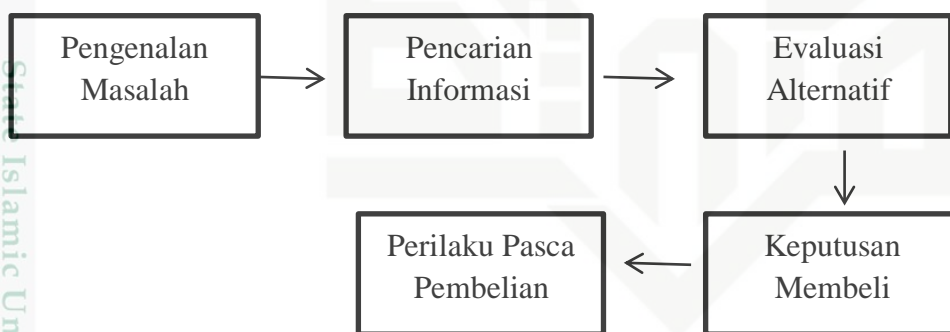
d. Keputusan Pembelian

Apabila tidak ada faktor lain yang mengganggu setelah konsumen menentukan pilihan yang telah ditetapkan, maka pembelian yang actual adalah hasil akhir dari pencarian dan evaluasi yang telah dilakukan.³⁷

e. Evaluasi Pasca Pembelian

Apabila produk yang dibeli tidak memberikan kepuasan yang diharapkan, maka konsumen akan merubah sikapnya terhadap merek produk tersebut menjadi sikap negatif, bahkan mungkain akan menolak produk tersebut di kemudian hari. Sebaliknya, bila konsumen mendapat kepuasan produk dari yang membelinya, maka keinginan untuk membeli, maka keinginan untuk membeli terhadapap produk tersebut cenderung akan menjadi kuat.³⁸

Gambar III.1
Proses Keputusan Pembelian Konsumen



Sumber: Donni Juni Priansa, 2017

³⁷ Ibid.

³⁸ Ibid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Islam

Berdagang merupakan kegiatan ekonomi yang melibatkan penjual dan pembeli dalam transaksi jual beli dengan tujuan memperoleh keuntungan. Kegiatan jual beli salah satunya dipengaruhi oleh keputusan pembelian konsumen, yakni semua perilaku sengaja dilandaskan pada keinginan yang dihasilkan ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara tindakan alternatif yang ada. Di dalam Islam diatur etika mengenai keputusan pembelian oleh konsumen, seperti di dalam Q.S. Al-Isra' ayat 26-27 yang berbunyi:

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ تَبْذِيرًا ۚ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ

“(26) Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. (27) Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya” (Q.S. Al-Isra': 26-27)

Ayat ini memberikan tuntunan dalam berkonsumsi. Setidaknya ada dua pelajaran yang bisa diambil. Pertama, kita diperintahkan untuk menunaikan hak karib (keluarga), orang miskin dan ibn sabil. Kedua, ayat ini juga melarang kita untuk berperilaku mubazir (boros) dan hanya membelanjakan harta untuk hal-hal yang bermanfaat.

D. Lokasi

1. Pengertian Lokasi

Lokasi adalah faktor utama dalam pemilihan lokasi konsumen. Hal ini merupakan keuntungan bersaing yang tidak dengan mudah ditiru. Menentukan lokasi yang bagus secara khusus sangat menantang pesaing.³⁹

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memanjangkan barang-barang dagangannya. Definisi lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa lokasi adalah tempat dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan kegiatan operasi. Menurut Kotler, pengertian lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung dan saling terlihat dalam proses untuk menjadikan produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.⁴⁰

Penentuan lokasi adalah strategi utama dalam usaha ritel. Lokasi yang strategi akan menjadi jalan pembuka yang menentukan kesuksesan sebuah usaha ritel. Banyak pengusaha ritel yang terkadang kurang

³⁹ Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel*, (Jakarta: Salambe Empat, 2017), hlm 93.

⁴⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principal of Marketing, Edisi 8*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 2001), hlm 148.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memahami pentingnya lokasi ketika membuka usaha ritel sehingga tidak melakukan survei lokasi dan menyusun strategi yang tepat dalam pemilihan lokasi tersebut. Beberapa kriteria yang dapat digunakan untuk menilai suatu lokasi yang strategis adalah sebagai berikut:⁴¹

- a. Letak lokasi yang berada atau sekitar (dekat dengan) pusat aktivitas perdagangan dan perkantoran

Letak lokasi ini menjadi strategis karena umumnya dipusat perdagangan dan perkantoran terdapat *traffic* yang sangat tinggi. Kepadatan lalu lintas secara otomatis menciptakan pasar atau membawa konsumen melewati lokasi usaha ritel dan memperbesar kemungkinan mereka untuk berhenti dan berbelanja, atau minimal mengetahui keberadaan usaha ritel tersebut.

- b. Kedekatan lokasi dengan target pasar

Sebuah lokasi dikatakan strategis bila mudah dijangkau target pasar atau konsumen.

- c. Terlihat jelas dari sisi jalan

Lokasi yang baik berarti mempermudah konsumen dalam melihat mencari, dan menentukan usaha ritel ini. Dengan kata lain, lokasi yang baik memiliki visibilitas yang tinggi.

- d. Akses ke lokasi baik

Akses sangat mempengaruhi nilai strategis suatu lokasi. Kriteria akses yang baik misalnya jalan yang beraspal baik, mulus, tidak

⁴¹ Michael Adiwijaya, *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), hlm 43.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bergelombang, dan tidak berlubang, adanya pola rute jalan yang teratur dan tidak semrawut, serta bebas dari ancaman banjir pada musim hujan.⁴²

Lokasi yang strategis membuat konsumen lebih mudah dalam menjangkau dan juga keamanan yang terjamin. Sehingga dengan demikian, ada hubungan antara lokasi yang strategis dengan daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

2. Faktor-faktor Pemilihan Lokasi

Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dan dicermati dalam pemilihan lokasi adalah sebagai berikut :

- a. Aksesibilitas; Kemudahan untuk dijangkau dengan transportasi umum.
Dengan lancarnya akses ke suatu lokasi usaha ini dapat membantu konsumen dengan mudah menemukan lokasi usaha.
- b. Visibilitas; Kemudahan untuk dilihat. Visibilitas yang baik yaitu keberadaan lokasi yang dapat dilihat dari tepi jalan.
- c. Lalu lintas; dalam hal ini ada dua hal yang perlu diperhatikan 1) Banyaknya orang lalu lalang bisa memberikan peluang yang besar terjadinya dorongan untuk membeli.
- d. Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa menjadi hambatan.
- e. Tempat parkir yang luas, nyaman dan aman baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.

⁴² *Ibid.*, hlm 44-45.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk perluasan dikemudian hari.
- g. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa atau produk yang ditawarkan.
- h. Persaingan yaitu ada tidaknya pesaing sejenis di lokasi tersebut.
- i. Peraturan pemerintah.

3. Manfaat Penentuan Lokasi

Penentuan lokasi yang tepat akan memberikan berbagai keuntungan bagi perusahaan, baik dari segi finansial maupun non finansial, keuntungan tersebut antara lain adalah:⁴³

- a. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen dapat lebih memuaskan.
- b. Kemudahan dalam memperoleh tenaga kerja yang diinginkan baik jumlah maupun kualifikasinya.
- c. Kemudahan dalam memperoleh bahan baku atau badan penolong dalam jumlah yang diinginkan secara terus menerus.
- d. Kemudahan untuk memperluas lokasi usaha, karena biasanya sudah diperhitungkan untuk memperluas lokasi usaha sewaktu-waktu.
- e. Memiliki nilai dan harga ekonomis yang lebih tinggi dimasa yang akan datang.
- f. Meminimalkan terjadinya konflik. Terutama dengan masyarakat dan pemerintahan setempat.

⁴³ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm, 223.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Lokasi menurut Perspektif Islam

Lokasi adalah faktor utama dalam pemilihan lokasi konsumen. Penentuan lokasi adalah strategi utama dalam usaha ritel. Seperti kemudahan akses lokasi, transportasi, lahan parkir, dan lalu lintas yang lancar dari variabel lokasi ini, memberikan manfaat berupa rasa aman dan nyaman pada kendaraan konsumen. Penelitian ini juga sejalan dengan firman Allah dalam Al-Qur'an An-Nisa (4) : 85 yang berbunyi:

مَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً حَسَنَةً يَكُنْ لَهُ نَصِيبٌ مِّنْهَا ۖ وَمَنْ يَشْفَعْ شَفْعَةً سَيِّئَةً يَكُنْ لَهُ كِفْلٌ مِّنْهَا ۚ وَكَانَ اللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ مُّقِيتًا ﴿٨٥﴾

Artinya: “Barangsiapa yang memberikan syafa’at yang baik, niscaya ia akan memperoleh bagian (pahala) dari padanya. Dan barangsiapa memberi syafa’at yang buruk, niscaya ia akan memikul bagian (dosa) dari padanya. Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu”. (Q.S. An-Nisa : 85)

Dari ayat di atas menjelaskan bahwa syafaat yang baik adalah suatu perbuatan yang memberikan manfaat kepada orang lain, maka yang melakukannya akan mendapatkan pahala dari Allah SWT. Jadi pemeliharaan lokasi usaha harus memberikan kebaikan untuk sesama dan lingkungan sekitar karena hal tersebut secara tidak langsung berdampak positif terhadap usaha yang dijalankan di tempat tersebut.

E. Kelengkapan Produk

1. Pengertian Kelengkapan Produk

Produk adalah keseluruhan dari penawaran yang dilakukan secara normal oleh perusahaan kepada konsumen dalam memberikan pelayanan,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

letak took, dan nama barang dagangannya.⁴⁴ Menurut Ma'ruf Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani took untuk disediakan dengan jumlah, jenis, waktu, dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan.⁴⁵ Penyediaan kelengkapan produk (*product assortmen*) yang baik tidak hanya akan menarik minat tetapi dapat mempengaruhi keputusan konsumen.

Menurut Kotler, produk berarti sesuatu yang ditawarkan, dimiliki dipergunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Keragaman produk merupakan kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko.⁴⁶

2. Faktor yang Dipertimbangkan Toko dalam Memilih Produk

Faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh suatu toko atau *depertement store* dalam memilih produk yang dijualnya yaitu:⁴⁷

a. *Variety*

Kelengkapan produk yang dijual dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu toko atau *depertement store*.

⁴⁴ Christina Whidya Utami, *Op. Cit.*, hlm. 86.

⁴⁵ Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 135.

⁴⁶ James F Enggel dan Roger, *perilaku Konsumen Jilid I Edisi Keenam*, (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 2010), hlm. 258.

⁴⁷ Christina Whidya Utami, *Op. Cit.*, hlm. 87.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. *Width or Breath*

Tersedianya produk-produk perlengkapan dari suatu produk utama yang ditawarkan. Contohnya pada toko roti, selain menyediakan roti juga menyediakan berbagai macam minuman.

c. *Depth*

Merupakan macam dan jenis karakteristik dari suatu produk, misalnya baju yang di jual di departement store tidak hanya satu merek saja tetapi juga tersedia merek-merek lainnya.

d. *Consistency*

Produk yang sudah sesuai dengan keinginan konsumen harus tetap dijaga keberadaannya dengan cara menjaga kelengkapan, kualitas, dan harga dari produk yang dijual.

e. *Balance*

Berkaitan erat dengan usaha untuk menyesuaikan jenis dan macam-macam produk yang dijual dengan pasar sasaran.

3. Indikator Kelengkapan Produk

Raharjani mengemukakan variable kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual di pasar swalayan dan ketersediaan barang-barang tersebut di pasar swalayan. Indikator dari kelengkapan produk, yaitu:

- a. Keragaman produk yang dijual
- b. Variasi produk yang dijual
- c. Ketersedian produk yang dijual

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- d. Macam merk yang tersedia⁴⁸

Menurut Engel et al kelengkapan produk terbagi atas beberapa indikator yaitu:

- a. Keragaman produk
- b. Variasi merk produk
- c. Variasi ukuran produk
- d. Variasi kualitas produk⁴⁹

4. Kelengkapan Produk dalam Pandangan Islam

Dari berbagai jenis muamalah dan berbagai macam jenis perdagangan, hukum asalnya adalah boleh dan halal. Maka tidak ada sesuatupun yang dapat mencegah dan mengharamkannya kecuali Sesuatu yang telah dijelaskan oleh syara' mengenai perncegahan dan pengharamannya. Sesuai dengan kaidah ushul fiqih, segala sesuatu yang Allah tidak melarangnya berarti halal. Dengan demikian semua makanan dan minuman diluar yang diharamkan adalah halal. Oleh karena itu, sebenarnya sangatlah sedikit makanan dan minuman yang diharamkan tersebut.⁵⁰

الأَصْلُ فِي الْمَعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يُدَلَّ دَلِيلٌ عَلَى تَحْرِيمِهَا

⁴⁸ Raharjani, *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja*, (Semarang: Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, 2005), hlm. 8.

⁴⁹ James F, et al, *Perilaku Konsumen Edisi 6 Jilid 2*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2010), hlm. 276.

⁵⁰ Ratna Wijayanti, Kaidah Fiqh dan Ushul Fiqh Tentang Produk Halal, Metode Istibath dan Ijtihad dalam menetapkan Hukum Produk Halal, *International Journal Ihya' 'Ulum Al-Din*, Vol 20, No 2, (2018), hlm 248

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“Hukum asal dalam semua bentuk muamalah adalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya”

Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah Al-Baqarah ayat 275

sebagai berikut:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

“Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”. (Q.S. Al-Baqarah: 275)

Apabila perdagangan dan muamalah yang di ridhai dan halal disertai dengan kejujuran dan keadilan, maka Allah akan menghalalkan apa saja yang terdapat didalamnya, baik berupa syarat-syarat, kepercayaan maupun kerja sama.⁵¹ Segala macam produk makanan dan minuman yang dijualbelikan harus halal, tidak ada keraguan dalam produk tersebut.

⁵¹ Abdurrahman As-sa'di, *Fiqh Jual Beli Panduan Praktis Bisnis Syariah*, (Jakarta:Senayan Publishing, 2012), hlm. 246.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis menjelaskan hasil dan pembahasan penelitian secara menyeluruh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian yang penulis lakukan tidak terdapat pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen secara parsial pada Toko HMG . Hal ini dibuktikan dengan koefisien korelasinya nilai $t_{hitung} (-1.106) < t_{tabel} (1,985)$ dengan nilai signifikansi sebesar $(0,271) > (0,05)$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Sedangkan dari hasil pengujian yang penulis lakukan terdapat pengaruh kelengkapan produk harian terhadap keputusan pembelian konsumen secara parsial pada Toko HMG. Hal ini dibuktikan dengan koefisien korelasinya nilai $t_{hitung} (7,229) > t_{tabel} (1,985)$ dengan nilai signifikansi sebesar $(0,000) < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara lokasi dan kelengkapan produk harian terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko HMG. Hal ini berdasarkan statistic F_{hitung} sebesar $(28,098) > F_{tabel}$ sebesar $(2,70)$ dengan signifikansi sebesar $(0,000) < 0,05$, yang H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi model adalah 0,374. Artinya adalah pengaruh/sumbangan yang diberikan oleh lokasi dan kelengkapan produk harian secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sebesar 37,4%. Selebihnya sebesar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

62,6% variabel dependen Y (keputusan pembelian) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

3. Tinjauan Ekonomi Syariah tentang pengaruh lokasi dan kelengkapan produk harian terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko HMG Bangkinang secara umum telah dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah. Yaitu tidak adanya perilaku boros, kepastian dan kejelasan produk yang halal, kemudahan, nyaman, serta kebermanfaatan. Pada akhirnya, variabel lokasi, kelengkapan produk dan pelaksanaan keputusan pembelian konsumen Toko HMG Bangkinang sudah sejalan dengan prinsip syariah sesuai dengan dalil-dalil dalam Al-Quran.

B. Saran

Berdasarkan hasil uraian kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian ini, maka penulis menyampaikan saran yang kiranya dapat dilakukan dan dapat memberikan manfaat bagi kemajuan perusahaan yaitu:

1. Dengan mengetahui bahwa variabel kelengkapan produknya berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen sedangkan variabel lokasinya tidak berpengaruh secara parsial, maka hendaknya Toko HMG Jalan Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang mengevaluasi kembali sektor lokasi tokonya dan berusaha memajukan seperti dengan cara meningkatkan keamanan dan nyaman pada area parkir, lalu lintas yang lancar, serta lokasi yang memberi manfaat bagi para konsumen.
2. Dengan diketahuinya lokasi dan kelengkapan produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen pada Toko HMG

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jalan Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang, maka dengan demikian dari dua variabel tersebut Toko HMG dapat melakukan inovasi-inovasi untuk terus dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen dalam hal keputusan pembeliannya. Mengingat banyaknya pesaing sejenis yang sewaktu-waktu dapat mempengaruhi profit dan keuntungan yang didapat oleh Toko HMG Jalan Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang

3. Dengan diketahuinya pandangan Ekonomi Syariah terhadap lokasi dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko HMG Bangkinang dapat meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT dan menjalankan aktivitas bermuamalah sesuai dengan prinsip syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, Michael. 2010. *8 Jurus Jitu Mengelola Bisnis Ritel Ala Indonesia*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Andi Bahri. 2014. Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam, *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2
- Arwani, Agus. 2016. *Akuntansi Perbankan Syari'ah Dari Teori Ke Praktik*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- As-sa'di, Abdurrahman. 2012. *Fiqh Jual Beli Panduan Praktis Bisnis Syariah*. Jakarta: Senayan Publishing.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2002. *Alqur'an dan Terjemahnya*. Semarang: PT. Karya Toha Putra.
- Eka Sakti Habibullah. 2017. Etika Konsumsi Dalam Islam, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol 1, No 01
- Hardani dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu
- Hasan, Iqbal. 2005. *Pokok-Pokok Materi Statistik Edisi Ke-2, Cet. Ke-3*. Jakarta: Bumi Aksara
- James F Enggel dan D blacwel Roger. 1995. *Perilaku Konsumen Jilid 1 Edisi Keenam*. Jakarta: Bina Rupa Aksara
- John C. Mowen. 2001. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Terj. Kartini Dwi Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Kasmir dan Jakfar. 2006. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana.
- Korowa, Enos dkk. 2018. *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Studi Kasus Freshmart Bahu Manado*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 6 No. 3
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Principal of Marketing Edisi 8*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Leon G. Schiffman. 2008. *Perilaku Konsumen*. Terj. Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT Indeks.
- Lia Suprihartini, Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Fashion Yang Di Tawarkan Melalui Media Sosial Networking, *Jurnal Ekonomi*, (Tanjung Pinang)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- Ma'ruf, Hendri. 2005. *Pemasaran Ritel*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Mujahidin, Akhmad. 2010. *Ekonomi Islam*. Pekanbaru: Al-Mujtahadah Press
- Nasution, Mustafa Edwin. 2010. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, 2010).
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Bisnis Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Raharjani. 2005. *Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja*. Semarang: Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi.
- Riduwan dan Sunarto. 2010. *Pengantar Statistik Untuk Penelitian Pendidikan, Social, Ekonomi, Komunikasi, Dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta
- Rusdiana. 2014. *Manajemen Operasi*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Santosa, Purbayu Budi dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel Dan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Umar, Husein. 2003. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Umar, Husein. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Utami, Christina Whidya. 2017. *Manajemen Ritel*. Jakarta: Salambe Empat.
- Widyasari, Suzy dan Triastuti Fifilia Erna. 2009. *Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Studi Pada Perumahan Graha Estetika Semarang*. Tema Telaah Manajemen, Vol 6 edisi 2(9, 2009), 159-169
- Wijayanti, Heni. 2015. *Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawan Grandsite Pada PT.Dwi Mulya Jaya Mojokerto*. Majalah Ekonomi. ISSN 1411-9501: Vol XX No 1
- Winarno. 2013. *Metodologi Penelitian dalam Pendidikan Jasmani*. Malang: Universitas Negeri Malang
- Wiratna dan Sujawerni. 2015. *Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Pustaka Baru Press

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN 1. Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan Hormat

Saya Bismi Addillah mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau, ingin melakukan penelitian untuk mengumpulkan data, fakta dan informasi sebagai bahan penulisan guna mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) dengan judul “ **Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Harian Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko HMG Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah** “. Mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab pernyataan pada lembar kuesioner. Atas waktu dan kesediaan saudara/i mengisi kuesioner, saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden

Nama / inisial :
 Usia :
 Pekerjaan :
 Pendidikan terakhir :
 Sudah berapa kali berbelanja di Toko HMG : ☐ 3-5 kali ☐ > 5

II. PETUNJUK PENGISIAN

Pada setiap nomor pernyataan berilah tanda (✓) tepat pada kolom yang tersedia sesuai dengan penilaian Saudara/i.

Keterangan Jawaban:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

1. Lokasi

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Toko HMG berada ditempat yang mudah terlihat sehingga mudah dijangkau					
2	Akses menuju Toko HMG mudah					
3	Keadaan lalu lintas disekitar Toko HMG lancar dan aman					
4	Tempat parkir di Toko HMG luas					
5	Tempat parkir di Toko HMG sempit					
6	Disekitar toko HMG terdapat beberapa toko sejenis (pesaing)					

2. Kelengkapan Produk

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk yang dijual di Toko HMG lengkap dan beragam					
2	Terdapat banyak variasi merk produk yang dijual di Toko HMG					
3	Terdapat banyak variasi kualitas produk yang dijual di Toko HMG					
4	Terdapat banyak variasi ukuran produk yang dijual di Toko HMG					
5	Stok produk di Toko HMG banyak					
6	Produk yang dijual di Toko HMG selalu tersedia					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memutuskan untuk berbelanja di Toko HMG karena adanya keinginan dan kebutuhan yang harus dipenuhi					
2	Saya memutuskan untuk berbelanja di Toko HMG karena adanya informasi yang didapat mengenai Toko HMG					
3	Saya berbelanja di Toko HMG karena telah melakukan penilaian dan membandingkan dengan tempat yang lain					
4	Saya memutuskan berbelanja di Toko HMG karena produk yang dijual berkualitas dan unggul					
5	Saya yakin sudah mengambil keputusan yang tepat saat berbelanja di Toko HMG					
6	Saya memutuskan untuk berbelanja di Toko HMG karena kemauan sendiri					

LAMPIRAN 2. Rekapitulasi Jawaban Responden

NO	INISIAL	U	PEND	PEKERJAAN	LOKASI						X1	KELENGKAPAN PRODUK						X2	KEPUTUSAN PEMBELIAN						Y	
					1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5	6		
1	MY	5	5	5	5	5	4	4	5	4	27	5	4	4	4	4	4	25	5	4	4	4	4	25		
2	WN	3	3	2	4	4	4	4	4	3	5	26	4	4	4	4	3	4	23	4	2	2	4	4	5	21
3	RA	2	3	6	4	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	3	3	22	4	2	2	4	4	4	20
4	J	5	3	2	5	4	4	4	4	4	4	25	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	5	4	5	26
5	HR	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24
6	HA	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	5	4	26	5	4	4	5	4	5	27
7	SRE	1	2	4	4	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	5	4	5	27
8	IR	5	3	1	5	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
9	RSN	5	3	1	5	4	4	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
10	IDH	2	3	4	4	3	4	4	4	3	25	4	4	4	4	3	4	23	4	3	3	4	4	4	21	
11	HP	2	3	5	5	5	5	4	5	4	28	5	4	4	4	5	4	26	5	4	4	4	5	26		
12	DM	1	1	4	5	5	4	5	4	5	28	4	5	4	4	5	4	27	4	4	4	4	4	4	24	
13	HF	2	5	5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	25		
14	DRF	2	3	2	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	5	4	26	5	4	4	4	5	26		
15	JY	5	6	1	5	4	4	4	4	4	25	5	4	4	4	4	4	25	5	4	3	4	4	4	24	
16	ES	3	5	1	4	4	4	4	5	3	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	
17	NF	2	4	2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	2	3	19	4	3	4	3	3	4	21	
18	AM	5	1	3	3	4	4	4	3	4	22	3	5	4	3	3	3	21	4	3	4	3	3	4	21	
19	KJ	1	3	4	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	4	4	25	4	3	4	4	4	4	23	
20	E	2	5	6	5	5	5	5	5	2	27	4	4	4	4	3	4	24	5	4	3	4	4	4	24	
21	MM	5	3	5	4	5	5	4	5	2	25	4	4	4	4	4	4	25	5	4	4	4	4	4	25	
22	DR	1	3	4	5	4	4	4	5	4	26	5	4	4	4	5	4	28	5	4	4	4	5	26		
23	F	2	5	6	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	3	3	3	21	5	4	4	3	4	4	24	
24	NHY	5	2	2	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	4	4	26	5	3	4	5	5	26		
25	DU	1	2	4	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	5	5	26	5	4	2	4	5	5	25	
26	MS	2	4	2	5	4	4	4	5	4	26	5	5	4	4	5	5	30	4	5	4	5	5	27		
27	UG	5	2	5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	
28	WG	3	1	2	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	
29	KS	2	3	5	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	5	5	25	4	4	4	4	4	4	24	
30	FW	4	3	2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	3	3	22	4	3	3	3	4	20		
31	EY	5	2	5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	5	25	5	4	4	4	4	25		
32	RN	3	2	2	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	5	4	25	5	4	4	5	27			
33	SL	4	5	2	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	5	5	30	4	4	4	3	5	24		
34	DA	4	3	2	4	5	5	4	5	5	28	5	4	4	4	4	4	26	5	4	4	4	5	26		
35	NKS	5	3	2	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	5	26			
36	HH	2	5	5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	26				
37	HS	3	3	2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	24		



38	DW	3	3	2	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	24
39	MK	2	3	2	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	24
40	KLS	4	3	5	5	2	2	5	2	2	18	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	30
41	MRN	5	1	2	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	4	25	5	4	4	5	27
42	IMS	4	3	2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	24
43	NRS	4	6	1	4	5	5	4	5	5	28	5	4	4	5	4	26	4	4	4	5	21
44	NP	5	3	3	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	24
45	NB	5	3	2	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	24
46	EL	2	5	5	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	24
47	MAF	2	3	4	5	4	4	5	4	4	26	4	4	3	24	2	2	4	5	2	19	
48	HZN	2	3	4	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	23	4	3	3	4	21	
49	FM	2	5	6	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	30	4	4	4	4	24	
50	APN	5	3	5	5	4	4	5	4	4	28	4	4	4	5	5	27	5	5	4	4	26
51	SN	2	3	4	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	24	4	4	5	27	
52	ZN	4	2	2	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	5	4	25	4	5	4	4	27
53	YH	2	3	2	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	5	4	25	4	5	4	4	27
54	YSN	5	3	2	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	5	4	25	4	5	4	4	27
55	AR	2	1	6	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	5	4	25	4	5	4	4	27
56	ANA	2	3	4	5	4	4	5	4	4	26	4	3	3	21	4	4	4	5	24		
57	RA	2	5	6	5	4	4	5	4	4	26	4	3	3	22	5	4	3	4	5	25	
58	MS	4	3	2	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	23	4	4	3	4	4	23	
59	RC	2	5	6	4	3	3	4	3	3	20	3	3	3	19	4	4	3	3	3	21	
60	SFN	4	3	5	4	5	5	4	5	5	28	5	4	4	5	4	27	4	5	4	5	27
61	RS	2	3	3	5	5	5	4	5	5	30	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	24
62	MYT	5	6	6	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	29	5	5	4	5	4	27	
63	HK	5	3	3	5	4	4	4	5	4	26	5	4	4	5	4	26	4	5	5	5	28
64	IR	5	3	3	5	4	4	4	4	4	26	4	4	4	25	5	4	4	4	4	26	
65	HJA	5	3	1	5	5	5	4	5	5	30	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	25
66	JJ	3	3	5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	24
67	MZR	5	2	3	5	4	4	4	4	4	26	4	4	4	25	4	4	4	4	4	25	
68	ABD	2	3	6	4	3	3	4	3	3	20	4	3	4	22	4	4	3	3	5	22	
69	RP	3	3	6	5	5	5	4	5	5	30	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	24
70	FF	2	3	3	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	24	4	4	4	4	4	24	
71	MSY	5	3	3	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	24	4	4	4	4	4	24	
72	EA	3	3	2	4	3	3	4	3	3	20	4	3	3	20	4	3	3	4	4	22	
73	ERN	5	3	6	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	26	5	4	4	4	4	26	
74	IRF	2	3	4	5	5	5	4	5	5	30	4	5	4	28	4	3	5	4	4	24	
75	RSM	3	2	2	5	4	4	4	4	4	26	4	5	4	26	5	4	4	5	5	27	
76	UA	2	3	4	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	22	4	3	4	4	4	22	
77	HRM	4	5	1	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	25	4	4	4	4	25	
78	VR	4	5	6	5	5	5	4	5	5	30	5	5	4	28	5	4	4	4	4	26	



79	FWT	4	5	6	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	5	4	26	4	4	5	26
80	JD	2	3	5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	3	3	21	3	3	21
81	JM	4	3	3	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	5	4	25	4	4	26
82	KRT	5	3	3	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	5	4	4	25	4	4	26
83	MDT	5	3	2	5	4	4	5	4	4	26	4	5	4	4	4	4	4	25	4	4	27
84	AP	2	3	6	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	5	4	25	4	4	26
85	IDW	4	2	2	4	5	5	4	5	5	28	5	4	4	4	5	5	5	28	4	4	25
86	ES	4	5	6	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	5	4	4	25	4	4	25
87	RW	5	3	2	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	4	27	5	3	25
88	LMI	3	3	2	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	4	24	5	4	25
89	RBD	4	3	3	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	5	5	4	26	4	4	26
90	HAD	4	5	6	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	5	4	25	5	4	27
91	LS	3	5	6	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	25	4	4	26
92	HSY	5	6	1	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	4	4	24	5	4	27
93	NY	4	5	2	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	5	4	4	25	5	5	27
94	ZH	3	6	6	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	5	4	25	5	4	26
95	HWT	4	5	6	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	5	4	26	4	4	26
96	LWT	4	3	2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	4	4	25	4	4	25
97	EDW	5	3	2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	4	4	25	4	4	24

Usia		kode			pend		kode		pekerjaan		Kode
<20 thn		1			SD		1		PNS		1
20 thn - 30 thn		2			SMP		2		IRT		2
31 thn - 40 thn		3			SMA		3		PEDAGANG		3
41 thn - 50 thn		4			DIPLOMA		4		PELAJAR		4
>50 thn		5			S1		5		WIRASWASTA		5
					S2		6		LAINNYA		6

Suruh karya tulis ini mengemukakan dan menyebutkan sumber:

1. Dilarang memperbanyak atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa

LAMPIRAN 3. Deskripsi Karakteristik Responden

Frequency Table

		Usia			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	<20 tahun	6	6.2	6.2	6.2
	20 tahun - 30 tahun	29	29.9	29.9	36.1
	31 tahun - 40 tahun	13	13.4	13.4	49.5
	41 tahun - 50 tahun	20	20.6	20.6	70.1
	>50 tahun	29	29.9	29.9	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

		Pendidikan			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	SD	5	5.2	5.2	5.2
	SMP	10	10.3	10.3	15.5
	SMA	56	57.7	57.7	73.2
	DIPLOMA	2	2.1	2.1	75.3
	S1	19	19.6	19.6	94.8
	S2	5	5.2	5.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

		Pekerjaan			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	PNS	8	8.2	8.2	8.2
	IRT	31	32.0	32.0	40.2
	PEDAGANG	12	12.4	12.4	52.6
	PELAJAR	13	13.4	13.4	66.0
	WIRASWASTA	14	14.4	14.4	80.4
	LAINNYA	19	19.6	19.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

LAMPIRAN 4. Deskriptif Variabel

		Lokasi	Kelengkapan Produk	Keputusan Pembelian
N	Valid	97	97	97
	Missing	0	0	0
Mean		25.91	24.89	24.78
Median		26.00	25.00	25.00
Mode		24	25	24
Std. Deviation		2.618	2.174	2.088
Minimum		18	19	19
Maximum		30	30	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 5. Hasil rekapitulasi Jawaban Responden

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1.0	1.0	1.0
	S	45	46.4	46.4	47.4
	SS	51	52.6	52.6	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	4	4.1	4.1	5.2
	S	64	66.0	66.0	71.1
	SS	28	28.9	28.9	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	3	3.1	3.1	4.1
	S	65	67.0	67.0	71.1
	SS	28	28.9	28.9	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1.0	1.0	1.0
	S	49	50.5	50.5	51.5
	SS	47	48.5	48.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	4	4.1	4.1	5.2
	S	63	64.9	64.9	70.1
	SS	29	29.9	29.9	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.1	3.1	3.1
	N	5	5.2	5.2	8.2
	S	64	66.0	66.0	74.2
	SS	25	25.8	25.8	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	4.1	4.1	4.1
	S	67	69.1	69.1	73.2
	SS	26	26.8	26.8	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1.0	1.0	1.0
	S	79	81.4	81.4	82.5
	SS	17	17.5	17.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	9	9.3	9.3	9.3
	S	73	75.3	75.3	84.5
	SS	15	15.5	15.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	6.2	6.2	6.2
	S	63	64.9	64.9	71.1
	SS	28	28.9	28.9	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	13	13.4	13.4	14.4
	S	49	50.5	50.5	64.9
	SS	34	35.1	35.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	12	12.4	12.4	12.4
	S	72	74.2	74.2	86.6
	SS	13	13.4	13.4	100.0
	Total	97	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	1	1.0	1.0	2.1
	S	63	64.9	64.9	67.0
	SS	32	33.0	33.0	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.1	3.1	3.1
	N	12	12.4	12.4	15.5
	S	70	72.2	72.2	87.6
	SS	12	12.4	12.4	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.1	4.1	4.1
	N	8	8.2	8.2	12.4
	S	59	60.8	60.8	73.2
	SS	26	26.8	26.8	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	10	10.3	10.3	10.3
	S	70	72.2	72.2	82.5
	SS	17	17.5	17.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	8.2	8.2	8.2
	S	78	80.4	80.4	88.7
	SS	11	11.3	11.3	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	1	1.0	1.0	2.1
	S	55	56.7	56.7	58.8
	SS	40	41.2	41.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

LAMPIRAN 6. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji validitas

A. Lokasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

		Correlations						
		Item_1	Item_2	item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Skor_total
Item_1	Pearson	1	.339**	.257*	.927**	.283**	.271**	.629**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.001	.011	.000	.005	.007	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Item_2	Pearson	.339**	1	.918**	.301**	.920**	.705**	.882**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.003	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
item_3	Pearson	.257*	.918**	1	.255*	.935**	.660**	.869**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.011	.000		.012	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Item_4	Pearson	.927**	.301**	.255*	1	.247*	.289**	.619**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.012		.015	.004	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Item_5	Pearson	.283**	.920**	.935**	.247*	1	.582**	.841**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.015		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Item_6	Pearson	.271**	.705**	.660**	.289**	.582**	1	.766**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.004	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Skor_total	Pearson	.629**	.882**	.869**	.619**	.841**	.766**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Kelengkapan Produk

Correlations

		Item_1	Item_2	item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Skor_total
Item_1	Pearson	1	.274**	.314**	.223*	.456**	.431**	.662**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.007	.002	.028	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Item_2	Pearson	.274**	1	.368**	.160	.181	.400**	.525**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.007		.000	.118	.077	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
item_3	Pearson	.314**	.368**	1	.330**	.324**	.286**	.625**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.001	.001	.005	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Item_4	Pearson	.223*	.160	.330**	1	.397**	.437**	.641**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.028	.118	.001		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Item_5	Pearson	.456**	.181	.324**	.397**	1	.663**	.793**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.077	.001	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Item_6	Pearson	.431**	.400**	.286**	.437**	.663**	1	.799**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Skor_total	Pearson	.662**	.525**	.625**	.641**	.793**	.799**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Item_1	Item_2	item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Skor_total
Item_1	Pearson Correlation	1	.308**	.135	.106	.091	.302**	.535**
	Sig. (2-tailed)		.002	.189	.301	.376	.003	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Item_2	Pearson Correlation	.308**	1	.494**	.307**	.200*	.340**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.002	.050	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
item_3	Pearson Correlation	.135	.494**	1	.174	.088	.030	.595**
	Sig. (2-tailed)	.189	.000		.088	.389	.767	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Item_4	Pearson Correlation	.106	.307**	.174	1	.482**	.326**	.622**
	Sig. (2-tailed)	.301	.002	.088		.000	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Item_5	Pearson Correlation	.091	.200*	.088	.482**	1	.077	.468**
	Sig. (2-tailed)	.376	.050	.389	.000		.455	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Item_6	Pearson Correlation	.302**	.340**	.030	.326**	.077	1	.537**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.767	.001	.455		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Skor_total	Pearson Correlation	.535**	.751**	.595**	.622**	.468**	.537**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



2. Uji Reliabilitas

A. Lokasi

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.870	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	21.32	5.511	.493	.876
item_2	21.61	4.595	.852	.815
item_3	21.60	4.743	.804	.825
item_4	21.36	5.546	.478	.878
item_5	21.60	4.722	.780	.828
item_6	21.69	4.778	.637	.856

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Kelengkapan Produk

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	20.66	3.518	.495	.731
Item_2	20.72	3.974	.372	.759
Item_3	20.82	3.625	.453	.741
Item_4	20.66	3.498	.451	.743
Item_5	20.69	2.799	.611	.701
Item_6	20.88	3.214	.685	.682

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Keputusan Pembelian

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.638	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	20.53	3.314	.303	.618
Item_2	20.89	2.664	.590	.499
Item_3	20.72	2.953	.304	.632
Item_4	20.75	3.126	.434	.572
Item_5	20.79	3.540	.282	.624
Item_6	20.44	3.208	.334	.607

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik]

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	24.78	2.088	97
X1	25.91	2.618	97
X2	24.89	2.174	97

Correlations

		Y	X1	X2
Pearson Correlation	Y	1.000	.162	.605
	X1	.162	1.000	.404
	X2	.605	.404	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.056	.000
	X1	.056	.	.000
	X2	.000	.000	.
N	Y	97	97	97
	X1	97	97	97
	X2	97	97	97

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.612 ^a	.374	.361	1.669	1.397

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	156.566	2	78.283	28.098	.000 ^b
	Residual	261.888	94	2.786		
	Total	418.454	96			

a. Dependent Variable: Y

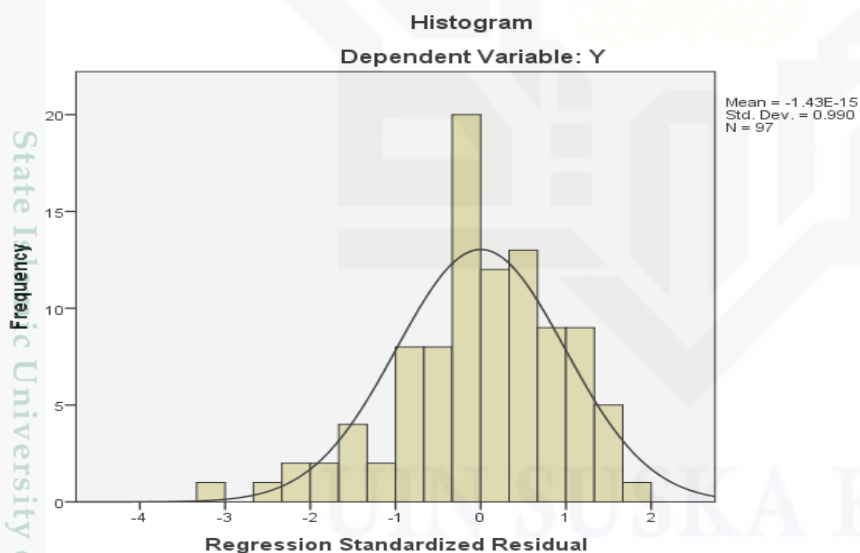
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	11.410	2.189		5.212	.000	
	X1	-.079	.071	-.099	-1.106	.271	.836 1.195
	X2	.619	.086	.645	7.229	.000	.836 1.195

a. Dependent Variable: Y

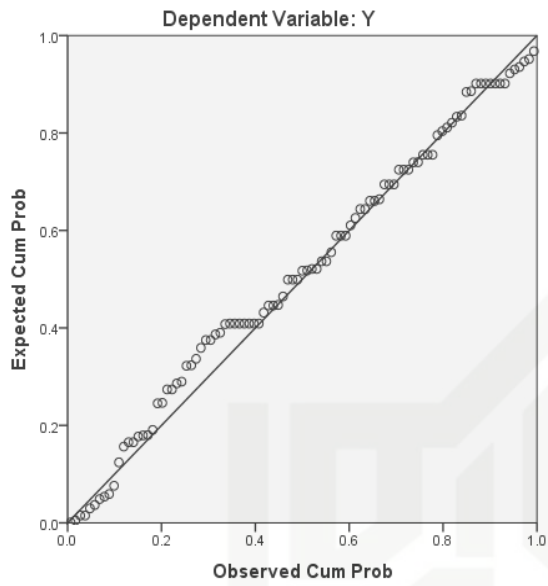
Charts



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

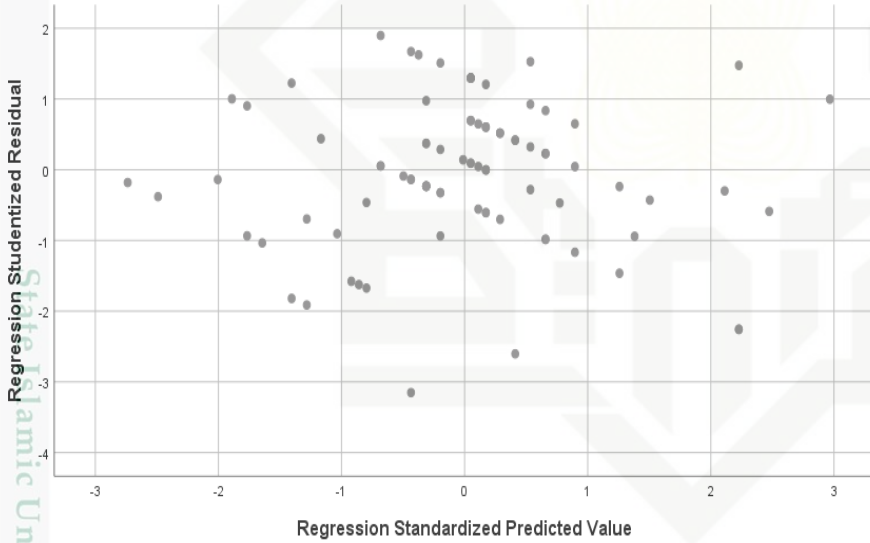
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: Y





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.65166429
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.036
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 8. Regresi Berganda

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kelengkapan Produk, Lokasi ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.612 ^a	.374	.361	1.66914

a. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Lokasi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	156.566	2	78.283	28.098	.000 ^b
	Residual	261.888	94	2.786		
	Total	418.454	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Lokasi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11.410	2.189		5.212	.000
	Lokasi	-.079	.071	-.099	-1.106	.271
	Kelengkapan Produk	.619	.086	.645	7.229	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

T Tabel

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549

DOKUMENTASI



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul **“Pengaruh Lokasi Dan Kelengkapan Produk Harian Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko HMG Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh :

Nama : Bismi Addillah
 NIM : 11725202884
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 24 Juni 2021 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Syahpawi, S.Ag,M.Sh

Sekretaris
Nuryanti, S.E.I,M.E.Sy

Penguji I
Zuraidah, M.Ag

Penguji II
Dr. Nurnasrina, SE.,M.Si

Kepala Sub Bagian Akademik
 Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag
 NIP. 19750801 200701 1 023

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Harian Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko HMG Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah, ditulis oleh saudara :

Nama : Bismi Addillah
NIM : 11725202884
Program Studi : Ekonomi Syariah

Diseminarkan pada :

Hari / Tanggal : Rabu/ 25 November 2020
Narasumber : Dr. Nurnasrina, SE, M.Si

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Sub. Bagian Akademik

Pekanbaru,
Narasumber

Jalinus, S.Ag.

NIP. 19750801 200701 1 023

Dr. Nurnasrina, SE, M.Si

NIP.19800405 20091 2 008

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون
FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampar - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/1607/2021
Sifat : Biasa
Lamp : 1 (Satu) Proposal
Hal : Mohon Izin Riset

Pekanbaru, 01 Februari 2021

Kepada
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : BISMI ADDILLAH
NIM : 11725202884
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VII (Tujuh)
Lokasi : Jalan letkol syarifuddin syarif, Dusun Kampung Godang Desa Pulau Lawas Kecamatan Bangkinang Kabupaten Kampar

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : pengaruh lokasi dan kelengkapan produk harian terhadap keputusan pembelian konsumen di toko HMG bangkinang menurut perspektif ekonomi syariah.

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan



Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag
NIP. 19580712 198603 1 005

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau



PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp: (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
Email : dpmtsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/39245
TENTANG

PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/1607/2021 Tanggal 1 Februari 2021**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

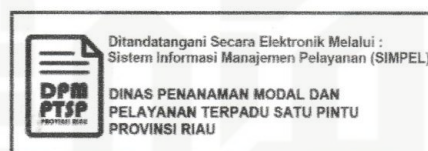
- | | | |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama | : | BISMI ADDILLAH |
| 2. NIM / KTP | : | 11725202884 |
| 3. Program Studi | : | EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | PENGARUH LOKASI DAN KELENGKAPAN PRODUK HARIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO HMG BANGKINANG MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : | TOKO HMG JALAN LETKOL SYARIFUDDIN SYARIF, DUSUN KAMPUNG GODANG DESA PULAU LAWAS KECAMATAN BANGKINANG KABUPATEN KAMPAR |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 3 Maret 2021



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kampar
Up. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta miliknya UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TOKO HMG BANGKINANG
JL LETKOL SYARIFUDIN SYARIF BANGKINANG

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zakaria

Jabatan : Pemilik Toko

Alamat : Jl. Letkol Syarifudin Syarif Bangkinang

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Bismi Addillah

Nim : 11725202884

Fakultas/Jurusan : Syariah dan Ilmu Hukum / Ekonomi Syariah

Alamat : Jl. Merpati Sakti

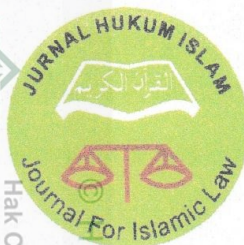
Adalah benar yang telah bersangkutan mengajukan izin pengumpulan data kepada toko HMG Bangkinang selaku pemilik toko, dalam menyelesaikan tugas akhir dengan judul: “ **Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Harian Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko HMG Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah**”

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bangkinang, 18 April 2021



(Zakaria)



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

NAMA : Bismi Addillah
NIM : 11725202884
JURUSAN : EKONOMI SYARIAH
JUDUL : PENGARUH LOKASI DAN KELENGKAPAN PRODUK HARIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO HMG BANGKINANG MENURUT PRESPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Pembimbing: Dr. Syahpawi, S.Ag M.sy

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 07 Juli 2021

Pimpinan Redaksi



Dr. M. ALPI SYAHRIN, SH., MH., CPL.

NIP. 19880430 201903 1 010

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RIWAYAT PENULIS



Bismi Addillah lahir di Bangkinang, pada tanggal 23 Maret 1999, merupakan anak bungsu dari Dua bersaudara dari pasangan Muhammad Yunus dengan Nurkasia. Riwayat pendidikan formal yang telah ditempuh oleh penulis sebagai berikut : pada tahun 2011 penulis menamatkan pendidikan dasar di SDN 05 Langgini Bangkinang, pada tahun 2014 penulis menyelesaikan pendidikan tingkat menengah pertama di SMP 1 Bangkinang Kota, dan pada tahun 2017 penulis menyelesaikan pendidikan tingkat akhir di SMA 2 Bangkinang Kota. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan S1 di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau fakultas syariah dan hukum pada jurusan Ekonomi Syariah melalui jalur UMPTKN.

Dalam masa perkuliahan penulis melakukan Magang/PKL (Praktek Kerja Lapangan) di Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Kampar, dan juga telah melaksanakan KKN (Kuliah Kerja Nyata) di Desa Pulau Lawas Dusun Kampung Godang Kecamatan Bangkinang. Kemudian penulis melakukan penelitian di Toko HMG Bangkinang jl. Syarifududin Syarif Bangkinang. *Alhamdulillah* atas Anugerah Allah SWT pada tanggal 24 Juni 2021 penulis Munakasyah dalam ujian sarjana (S1) Jurusan Ekonomi Syariah dengan judul “*Pengaruh Lokasi dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko HMG Bangkinang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*” dan dinyatakan LULUS serta berhak menyandang gelar (SE) di bawah bimbingan bapak Dr. Syahpawi, S.Ag,M.Sh. Semoga hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan para pembaca umumnya.